BEVILAQUA, Ciméa Barbato. 2008. *Consumidores e seus direitos: um estudo sobre conflitos no mercado de consumo*. São Paulo: Humanitas; NAU. 335 p.

André Gondim do Rego
Departamento de Antropologia/UnB

Em "Consumidores e seus direitos: um estudo sobre conflitos no mercado de consumo", Ciméa Barbato Bevilaqua nos oferece uma exitosa etnografia. Fruto de sua tese de doutorado, defendida em 2002 no Programa de Pós-Graduação em Antropologia Social da Universidade de São Paulo, o livro procura demonstrar que a representação feita das transações no mercado de consumo como efêmeras e livres de implicações morais está longe de dar conta das experiências vividas neste mercado, especialmente quando tais transações se desdobram em conflitos.

De saída, apresenta um caso que pareceria excêntrico se o repertório de situações trazidas não confirmasse sua exemplaridade: ao ter o saque de um cheque negado pelo banco, o cliente se "vinga" de tal recusa mobilizando uma série de recursos para obrigar a instituição a trocar cerca de quatro mil reais em moedas e comemorar o feito com um farto churrasco. Para compreender o descompasso entre os gastos – de toda ordem – dispensados em situações como esta e as quantias – muitas vezes exíguas – que elas envolvem, a autora se pauta pelo princípio da reciprocidade elaborado por Marcel Mauss em seu clássico "Ensaio sobre a dádiva" (1974).

Sua vinculação às ideias maussianas se opõe à dos que creem haver uma descontinuidade fundamental entre a troca de dádivas e a troca mercantil – crença esta que, não raro, desliza para o bom e velho divisor de sociedades. Mesmo para os que evitam tal deslize, a dádiva só apareceria na sociedade capitalista em relações bastante específicas, como em trocas de presentes ou doações anônimas. Para Ciméa, tais ideias negariam a generalidade que Mauss confere àquele princípio. Por sua vez, autores que repudiam esse dualismo por ele obscurecer os sentidos empíricos que as trocas podem envolver pouco lidam com as relações mercantis capitalistas e, quando o fazem, se limitam à discussão da apropriação simbólica dos objetos. Enfrentar estas relações via dádiva é a grande novidade e virtude de *Consumidores e seus direitos*.

Situando o tema, o capítulo inicial expõe o contexto de formação dos chamados "direitos do consumidor", seu reconhecimento por organismos internacionais e sua consolidação no Brasil. A discussão enfoca a mudança na percepção desses conflitos

como problemas privados e locais para questões coletivas, globais e intrinsecamente assimétricas. Envolve também a preterição dos pressupostos da tradição jurídica liberal, que concebia contratos como relações entre parceiros iguais e livres, pelos da moderna legislação consumerista, que assume a vulnerabilidade do consumidor no mercado e o caráter transindividual de tais conflitos, positivando a intervenção estatal neste domínio. Em relação ao Brasil, esses processos são discutidos especialmente à luz do Código de Defesa do Consumidor.

No capítulo seguinte é apresentada a trajetória das primeiras instituições de defesa do consumidor de Curitiba, cidade de realização da pesquisa. O objetivo é apontar como o surgimento de cada nova instituição, ao suscitar disputas abertas ou tácitas com as demais, produziu uma redefinição e acomodação mútua de papéis. Este processo fez com que umas se concentrassem nas questões individuais, outras, nas coletivas, umas no âmbito administrativo, outras, no judicial, resultando na própria ampliação desta defesa. Também é destacada a crescente judicialização de suas ações, em detrimento à "promoção de cidadania" que marcou o início do movimento consumerista local.

A estrutura, o funcionamento e as articulações destas instituições no presente são o assunto do capítulo terceiro. Aqui, são discutidas as semelhanças e as diferenças no atendimento prestado por cada uma; suas rotinas e lógicas particulares; como isto constitui certos perfis de usuário; as estratégias que adotam para fazer valerem as suas decisões; os limites que suas normas internas impõem à legitimidade das queixas; além da maneira como tudo isto, ao lado da própria falta de solução para o consumidor, faz com que este seja obrigado a circular por várias delas para tentar satisfazer sua demanda. De um lado, esta circulação conforma verdadeiros trajetos que prolongam e acentuam a experiência do conflito pelo consumidor. De outro, ela enreda as próprias instituições entre si, repercutindo diretamente no volume de seus trabalhos.

No quarto capítulo a tese do livro é esmiuçada. A autora destaca que, apesar de as relações no mercado serem reconhecidamente fugazes e anônimas, não é possível dizer que nelas só importe o valor material das coisas, pois, para que ocorram, é preciso confiar num estranho e reconhecer nele um parceiro digno de troca. É tal premissa que permite a alguém retribuir, antes mesmo de atestar a qualidade do produto recebido, ou dar, não tendo ainda sua retribuição efetivada. Neste sentido, a razão dos conflitos no mercado de consumo não repousaria em uma *falta* qualquer do produto, mas na eventual *recusa do fornecedor* em reconhecê-la, repará-la ou, em qualquer caso, reafirmar sua equivalência moral com o consumidor.

Daí a afirmação da autora de que a lógica da dádiva e a lógica mercantil não apenas convivem, como o fazem em planos distintos, uma vez que o conteúdo moral da primeira *precede* e *engloba* o valor material enfatizado pela segunda. Neste quadro, a diferença entre a transação pacífica e o conflito é que, enquanto a

primeira envolve uma retribuição material que é esperada e imediata (ou acordada), a outra vincula os parceiros através de ofensas alternadas e indesejadas – mas igualmente retribuídas. A superioridade substantiva do fornecedor, no entanto, obriga o consumidor a se aliar a instituições destinadas à sua defesa. Apesar de tal aliança lhe retirar certa autonomia sobre o sentido do conflito, é ela que repõe sua equivalência moral como sujeito.

A consecução desta aliança, entretanto, não se dá da mesma forma para o conjunto dos consumidores, como o indica a discussão feita no capítulo cinco, que apresenta três configurações distintas de conflito, cada uma trazendo o exemplo de um consumidor "pobre" e outro de "classe média". Em cada uma destas configurações, as duas classes de consumidores seguem trajetos mais ou menos semelhantes, mas articuladas e acionadas de modo diverso, resultando em acessos diferenciados aos aliados. Esta diferença, no entanto, não chega a determinar o resultado das disputas. A discussão de todos estes casos também serve para a autora elaborar um modelo geral da conflituosidade, através do qual demonstra as articulações e as contradições lógicas de seus aspectos econômicos, jurídicos e morais. Com base nele, ela refuta qualquer tentativa de reduzir o resultado das disputas a algum de seus aspectos particulares.

O penúltimo capítulo se preocupa em comparar as estratégias de consumidores e fornecedores, não como atos isolados, mas em seu conjunto. Assim, enquanto os primeiros reagem às recusas de seus oponentes, basicamente lhes negando a retribuição e buscando alianças, estes reagem ao conflito e acionam estratégias de uma perspectiva bem diversa, tendo em vista a assimetria entre ambos no mercado. A protelação da solução, por exemplo, que potencializa o problema para o consumidor, só beneficia o fornecedor em razão dos juros e das multas que aplica. Seu recurso a agências de cobrança, por outro lado, não exige nenhum deslocamento, ao contrário da circulação necessária ao consumidor. Mas, a mais devastadora arma dos fornecedores é a inscrição em cadastros de restrição ao crédito, uma vez que toma por garantia da dívida o próprio "nome" do consumidor, terminando por excluí-lo de circuitos sociais que muitas vezes ultrapassam aqueles das trocas de bens.

O capítulo final discute os conflitos de natureza coletiva com base na crise dos contratos de *leasing* de automóveis, ocorrida em 1999. O caso envolveu diversas empresas e instituições, além de milhares de consumidores, gerando intenso debate jurídico. À época, uma operação financeira estatal onerou consideravelmente os clientes destes contratos e a recusa dos fornecedores em renegociá-los deflagrara o conflito. Seu encaminhamento por meio de ações coletivas, no entanto, fazia com que a decisão sobre cada contrato individual se refletisse no conjunto dos demais. Além disso, a repercussão nacional do caso e o recurso a juízos superiores iam subordinando sua vivência pelos contendores a lógicas, ora administrativas,

ora jurídicas, tanto de contextos locais, como supralocais. Assim, cada nova investida envolvia uma lógica e um contexto específicos, reconfigurando o sentido do conflito e, conseqüentemente, as estratégias adotadas pelos parceiros. O caso demonstra que, por mais expansivo que este tipo de conflito possa se tornar, ele não deixa de se reproduzir nos termos do modelo geral.

Pela forma como aborda o tema e pelo que propõe teoricamente, "Consumidores e seus direitos" já nasce como obra de referência. Apesar de não ter sido mencionada aqui, suas considerações sobre o caráter difuso e relacional da condição de consumidor, por si só, já encaminham várias questões sobre o fazer antropológico na sociedade contemporânea. Além disso, suas pontuais, mas importantes observações em relação à exposição de nomes e situações de campo envolvendo agentes públicos têm se tornado cada vez mais pertinentes na produção de nossas pesquisas. Por fim, o acesso à pesquisa pelo viés do conflito, com todos os antagonismos que ele envolve, recoloca de forma explícita a dificuldade, nem sempre assumida pelos pesquisadores, de articular as interações parciais através das quais vivemos o campo com uma compreensão mais completa do mesmo.

Referências bibliográficas

MAUSS, Marcel. 1974 [1923-1924]. "Ensaio sobre a dádiva – forma e razão da troca nas sociedades arcaicas". In. *Sociologia e Antropologia*, v. 1. São Paulo: EPU/Edusp, p. 37-184.